



Евгений Коноплев

**Info-драйвер. Как выжить  
в мире информации**

«Питер»

2009

## **Коноплев Е. С.**

Info-драйвер. Как выжить в мире информации / Е. С. Коноплев — «Питер», 2009

В книге рассказывается о том, как повысить эффективность работы с информацией. Она содержит и «стартовые» рекомендации, и большой набор нетривиальных советов для повышения квалификации информационных работников. Готовые решения дополняются идеями, активизирующими творческий потенциал читателя и меняющими качество информационной работы. Как пример эффективного инструмента в книге приводится уникальная отечественная методика объектно-документального анализа. Во многом автор опирается на свою научную работу «Информационные практики в современном обществе», пересказывая ее содержание в популярной форме. Оригинальной является авторская концепция «интеллектуального фильтра». Книга адресована широкому кругу читателей. Она будет полезна как начинающим информационным работникам (студентам, аспирантам и молодым специалистам), так и информационным профессионалам (аналитикам, пресс-секретарям, PR-менеджерам, преподавателям вузов).

© Коноплев Е. С., 2009

© Питер, 2009

# Содержание

Введение	5
Актуальность.	5
Кому нужна эта книга.	8
Как появилась эта книга.	11
Благодарности.	13
Часть I	14
Глава 1	14
1.1. История возникновения понятия.	14
1.2. Учение о стадиях общественного развития.	15
1.3. Попытки обоснования концепции.	18
Конец ознакомительного фрагмента.	20

# Евгений Сергеевич Коноплев

## Info-драйвер: Как выжить в мире информации

### Введение

#### Актуальность. В чем проблема?

Вот уже лет десять, как я живу в «информационном обществе». Вы, читатель, тоже в нем живете (иначе эта книжка не оказалась бы у вас в руках). Если:

- ◆ ваш домашний компьютер подключен к Интернету;
- ◆ в вашем кармане – «мобильник» с раздобытым в Интернете оригинальным (или не очень) рингтоном;
- ◆ даже если у вас просто есть e-mail, то нет смысла тратить время, доказывая очевидное.

Но если это – не про вас, то скорее меняйте работу или хотя бы измените ваше несоответствие первому и третьему пунктам (перечисленным выше). Это позволит вам пуститься вдогонку за уходящим поездом.

Правда, учитывая особенности компьютеризации нашей страны, возможно, мы с вами, читатель, пока еще составляем «информационное сообщество». Но я уверен, что вопрос его роста до масштабов всего социума – дело времени. А значит, готовиться к жизни после «информационной революции» необходимо уже сейчас.

Как минимум десять лет в России пытаются строить электронное государство – столько времени прошло с момента принятия первой редакции Федеральной Целевой Программы «Электронная Россия». ... Комплексного подхода и распределения полномочий между заказчиками ФЦП пока не получается. Еще одной базовой проблемой создания в России электронного государства остается хроническая отсталость законодательства: в нем отсутствуют юридически значимые механизмы обмена информацией с помощью каких-либо средств, кроме бумажных документов. Поэтому в странах – лидерах развития информационного общества более трети взаимодействий с властью происходит через Интернет, еще треть – через центры телефонного обслуживания, а мы по сей день обречены сидеть в очередях в присутственных местах и порождать горы бумаг.

*Юрий Хохлов, Председатель совета директоров Института развития информационного общества («Кризис электронного правительства», Итоги, № 1–2, 8 января 2008 г.)*

Не думайте, что, купив полный технический арсенал «продвинутого» студента или даже разобравшись, как пользоваться всеми функциями «гаджетов» (мобильных электронных устройств), вы автоматически становитесь человеком «новой волны». Увы, как сказал Михаил Булгаков устами своего героя профессора Преображенского: «разруха в головах». Технические средства эффективно работают лишь там, где они поставлены на службу «разуму новой волны».

60-е место заняла Россия в рейтинге готовности стран к e-government, который ежегодно рассчитывает ООН. Всего оценивались 192 государства. По сравнению с предыдущим исследованием Россия опустилась на 10 пунктов, пропустив вперед Украину и Белоруссию, но опережает Китай. Среди стран Восточной Европы РФ стоит на предпоследнем месте, ниже только Молдова. А в тройку лидеров вошли Швеция, Дания и Норвегия.

«Оцифровка» (*Итоги, № 11, 10 марта 2008 г.*)

Дайте дикарю топор вместо палки, и он будет счастлив до тех пор, пока этот топор не сломает. Вы знаете, как создать новый топор, дикарь – нет. Поздравления, вас в отличие от этого дикаря уже можно считать «человеком сельскохозяйственным». Дайте крестьянину лампочку и повесьте на стену выключатель, крестьянин будет радоваться свету, пока ураган не смоет электростанцию. Вы знаете, что можно построить новую (вы хотя бы в курсе, что можно потертеть эбонитовую палочку о фланелевую ткань, чтобы создать разность потенциалов). Поздравления, теперь вас можно считать «человеком индустриальным».

Теперь представьте, что вы лишились всех технических средств для хранения и обмена информацией. Что будет делать «человек информационный»?

Американские исследователи сочли такой вопрос не только актуальным, но и вполне научным. Поэтому некоторые из них проводят опыты на такие темы, как, например, «Сколько способен просуществовать современный человек без мобильного телефона/электронной записной книжки». А если вы посмотрите фильм «Крепкий орешек 4.0», то вам станет в общих чертах понятно, как американцы оценивают возможные последствия краха системы электронных коммуникаций. Жители южного административного округа Москвы (почти два миллиона человек), оставшиеся весенним днем 2005 г. без электроэнергии (из-за отключения станции в Капотне), лучше, чем другие, понимают этот сюжет. Только представьте: городской телефон не работает, Интернета тоже нет, так что даже с ноутбуком можно выйти в Сеть только через GPRS, заряда аккумулятора на мобильном телефоне – на час работы (сеть постоянно «падает»), на ноутбуке – на полчаса, зарядить их негде. Новости можно узнать только по радио, послушав магнитолау в машине, но и там заряда аккумулятора хватит на пару суток после того, как в баке закончится бензин; автозаправки, естественно, тоже не работают. И это уже не фантастика, а исторический факт: с такими мыслями 10 % населения Москвы провело один незабываемый день. Каскадные отключения случались и в США – там размах событий был еще более впечатляющим.

Вернем нить рассуждения из технологической плоскости в гуманитарную. Представьте четырех людей одинакового роста и цвета кожи – все в одинаковой ни о чем не говорящей одежде. Сможете ли вы определить кто из них дикарь, кто «сельскохозяйственный», кто «индустриальный», кто «информационный» человек? Что вы для этого сделаете? Прибегнете к томографии? Подозреваю, что вы предложите более простой способ – поговорить с каждым. Поздравления, вы сами – «человек информационный». Заметьте, однако, что для решения этого вопроса вы не звонили по мобильному и не вели поисков по Сети. Вы просто *знаете*. Это и является ключевой мыслью, которую, перефразируя профессора Преображенского, можно выразить так: *разница в головах*.

Вот только никто не скажет вам, что же это такое – быть «информационным человеком». По одной простой причине. «Сельскохозяйственный человек» не мог быть до конца «разложен по полочкам» учеными и исследователями, пока ему на смену не пришел «человек индустриальный». Этого нового человека тоже не могли до конца объяснить, пока не появились мы с вами – «информационные люди».

В 1931 г. Курт Гедель, построив и доказав две теоремы о неполноте, серьезно повлиял на дальнейшее развитие математики и философии.

Во второй теореме Геделя о неполноте утверждается:

«Непротиворечивость достаточно богатой теории не может быть доказана средствами этой теории. Однако вполне может оказаться, что непротиворечивость одной конкретной теории может быть установлена средствами другой, более мощной формальной теории. Но тогда встает вопрос о непротиворечивости этой второй теории и т. д.».

Согласно второй теореме Геделя о неполноте, ни одна система не может познать себя. Вот и нам придется смириться со своей «непознанностью». А чтобы приблизить появление нового человека, который шагнет еще дальше и расскажет нам про нас, мы должны максимально полно (исчерпывающе) осваивать все технологии, ресурсы и знания, доступные нам на текущей ступени эволюции.

Знаний «по теме», кстати, не так уж и много. Технологические успехи не должны вводить вас в заблуждение. «Индустриальность» все еще довлеет над нами, и мы продолжаем забивать гвозди микроскопом. Да, мы все уже обзавелись почтой, «аськой» (ICQ) и научились писать СМС. Да, обмен информацией шагнул на новый уровень. Но изменилось ли при этом сознание человечества? Увы, информационный хаос остается постоянным фоном нашей жизни, он лишь стал нагляднее, так как увеличился объем информации. По-прежнему мы пишем телефоны на бумажках, по-прежнему у нас завал документов на столе и файлов на «десктопе», по-прежнему десять мыслей борются за место в нашей голове. А многие наши доклады/сообщения/письма/речи вызывают у слушателя реакцию, замечательно описанную строчкой: «Нет, все понятно, но что конкретно?..» (*группа «Несчастный случай», песня «Что ты имела в виду?»*).

Как помочь человеку выжить в новом мире? Какие идеи станут во главе новой революции? И-Д-Е-И. Так любит писать Том Питерс – гуру современного маркетинга (автор мирового бестселлера «В поисках совершенства» и множества других книг), когда он хочет подчеркнуть предельную важность какого-либо слова (в результате у него полкниги – через дефис). Именно идеи всегда дают старт большим начинаниям, технические новшества без правильной «идеологии» становятся грудой железа (понятие «технология» в данном контексте, пожалуй, более уместно, чем «идеология», но лишь если опираться на изначальный смысл греческого корня этого слова – *te'chne* – знание, умение, искусство, мастерство). Вспомним, сначала классическое «яблоко Ньютона» – и только потом расчеты траекторий Королева: без понимания базовых принципов инженер не запустит ракету в космос.

Какие идеи и технологии помогут современному человеку адаптироваться в информационном обществе и заслужить гордое звание *Homo informaticus*? Вот об этих идеях и технологиях мы и будем говорить в книге, которую вы держите в руках.

Актуально ли такое исследование? Нужна ли сегодня книга, посвященная таким вопросам? Необходимость убеждать кого-либо в предельной важности этой темы для меня напрямую связана с доказательством факта, что мы уже живем в «информационном обществе». Если слушатель соглашается с этим утверждением, то положительный ответ на вопрос об актуальности возникает автоматически.

## Кому нужна эта книга. Экспресс-мотивация

Вы хотите знать, почему именно вам необходимо прочесть эту книгу? Вы стоите в магазине, открыв ее на данной странице, а у меня есть 30 секунд, чтобы расставить точки над *i*. Засекайте. Впрочем, подождите. Здесь необходимо рассказать про одну из важных идей признанных маркетологов. Гуру советуют постоянно быть готовым к «презентации в лифте», то есть всегда иметь в запасе подготовленный короткий доклад на жизненно важную для вас тему. Доклад, с которым можно уложиться в 30 секунд, пока лифт едет до верхнего этажа (похоже, на Западе, действительно, очень высокие небоскребы или медленные лифты). Упорные и целеустремленные иностранные менеджеры свято верят, что однажды им улыбнется удача, и они войдут в лифт вместе с генеральным директором или своим главным покупателем, и те согласятся выслушать «лифтовую» пламенную речь. А вы, читатель, готовы презентовать себя или свой проект за 30 секунд? Шутки в сторону, это задание далеко не наивное и отнюдь не надуманное. Человеку, который справится с этой задачей на «отлично» с первого раза, покупать книгу, которую вы держите в руках, нужно для расширения кругозора, для проверки своих знаний и, возможно, для получения некоторых дальнейших советов. Но главные навыки, которые мы будем искать на протяжении всей книги, – *навыки четкой и сжатой подачи информации* — у такого человека уже развиты.

Итак, я уже начал рассказывать о том, кому и для чего нужна эта книга. Включайте ваш секундомер – у меня 30 секунд:

- ♦ вы «информационный работник», то есть подавляющую часть рабочего времени проводите, совершая интеллектуальные, а не мышечные усилия. Эта книга вам крайне необходима, так как в ней вы найдете советы, как оптимизировать ваши входящие и исходящие информационные потоки, значительно сократив ресурсы времени и внимания на оперирование массивами данных;

- ♦ вы офисный работник, планирующий продвижение по служебной лестнице. Эта книга окажет вам большую помощь: ваши служебные записки станут четкими, удобно читаемыми и легко понимаемыми, а руководство заметит вас как перспективного сотрудника, обладающего системным мышлением и аналитическим складом ума;

- ♦ вы студент. Эта книга, во-первых, поможет вам написать реферат на заданную тему (а не просто скачать чужой текст из Интернета) или служебную записку в деканат, во-вторых, подскажет, как перераспределить свои силы, направив часть из них на изучение реальности нового мира: какие спецкурсы и книжки добавить в свой актив, чтобы в ближайшем будущем конвертировать актуальные и современные знания в прибавку к зарплате;

- ♦ вы менеджер по продажам/маркетолог/пиарщик. Прочитайте эту книгу, и вы сможете оптимизировать структуру своих сообщений аудиториям. Книга поможет вам также понимать суть действий ваших конкурентов по отрасли;

- ♦ вы подчиненный/начальник. Книжка поможет вам наладить более эффективную коммуникацию со своим начальником/ подчиненным. И тот и другой будут лучше понимать суть ваших сообщений;

- ♦ вы часто общаетесь при помощи СМС-сообщений или ICQ-чата. В книге вы узнаете, как в минимальное по объему сообщение вместить максимум информации, сократив тем самым время и расходы на электронную коммуникацию;

- ♦ вы не попали ни в одну из этих категорий. Я очень хочу с вами познакомиться, напишите мне по указанному в контактах электронному адресу и расскажите про вашу уникальную и увлекательную жизнь. Надеюсь, в вашем мире есть электронная почта, потому что это оптимальный способ связи с моим миром (в своих контактах в этой книге я указываю только e-mail).

Уложился в 30 секунд? Если нет, то, во-первых, посоветую вам изучить методики скорочтения, а во-вторых, выражу суть еще короче. «Объем сообщения не более 50 слов» – это наиболее распространенная разновидность стандарта для рекламных объявлений. Переводя в такой формат основную идею книги, скажу так.

Эта книга для того, кто оперирует информацией и хочет получить эффективный инструмент, чтобы лучше понимать суть принимаемых сообщений (речей, статей, писем, фильмов...), а также повысить шансы на понимание другими получателями его сообщений (.рефератов, записок, дипломов, отчетов). Она поможет читателю значительно повысить свою эффективность и конкурентоспособность в «информационном обществе».

Еще короче? Управленцы советуют выразить *миссию* не более чем в восьми словах. Пожалуйста...

Повышение эффективности информационных сообщений путем оптимизации их структуры.

Мне хватило бы и трех слов. Маркетологи сказали бы, что по формату это слоган.

Понимать и быть понятым.

Вы думаете, что это вопрос, которым должны заниматься психологи, изучающие межличностное общение? Смею вас уверить, в деловом мире такие проблемы стоят не менее остро. Например, вчера мне пришлось в течение получаса сопоставлять фрагменты доступной информации, чтобы понять, что контрагент на переговорах сознательно меня дезинформировал. Сегодня я потратил 15 минут, чтобы понять суть фразы из пресс-релиза: «На фоне продолжающегося снижения курса доллара рублевые цены по-прежнему «оттягивают» вниз средние ценовые значения на данный продукт» (не пытайтесь понять смысл этой фразы – это опасно для психики).

Прежде чем поставить точку в этом «мотивирующем» разделе, хочу привести историю, рассказанную создателем уникальной методики оперирования информацией, речь о которой в том числе пойдет на страницах книги.

Во время второй мировой войны был арестован сотрудник газеты, подготовивший и опубликовавший аналитическую статью о раскладе политических сил в стране и в мире. На него пали серьезные подозрения, так как «силовики» были убеждены, что невозможно написать такой материал, не обладая доступом к засекреченным источникам оперативной информации. Жизнь журналиста буквально висела на волоске, однако для своего спасения он лишь попросил дать ему неделю времени и позволить продолжать читать в тюрьме все газеты и журналы, на которые он был подписан. Результатом стало стилизованное под статью письмо – продолжение аналитического материала, так же близко воспроизводящее основное содержание свежих секретных «оперативок» от разведки. Подследственный также показал фрагменты и вырезки статей, по которым он восстанавливал картину событий. Все что ему было нужно для перевода «зашумленных» информационных потоков в стройную сеть идей – это множественность источников информации и желание свести все получаемые данные к единому базису. В результате этой истории журналист был переведен в штат государственного ведомства на должность аналитика.

Рассказчик этой истории настаивает на подлинности событий, но для меня это не принципиально. Даже если это просто притча, рассказ не теряет своей ценности. Например, иногда

для поддержания и проверки навыков я восстанавливаю пресс-релиз, выпущенный конкурентами, по трем статьям, вышедшим в разных деловых газетах. Оригинал без проблем предоставили бы знакомые журналисты, но ведь приятно лишний раз убедиться, сколь много выгод способен дать информационному работнику аналитический подход. Нужно только правильно настроить себя на прием информации. Такой настройкой мы также будем заниматься на страницах этой книги.

## **Как появилась эта книга. История болезни**

О целях и задачах данной книги может многое сказать история ее появления. Работа в данной тематике началась для меня с поступления в аспирантуру по специальности «Социальная философия». Это был довольно авантюрный шаг для человека с базовым техническим образованием (прикладная математика), полученным в известном российском «техникуме» (МГТУ имени Н. Э. Баумана, начинавшем свою историю в XIX в. как «техническое училище»). Математика в соискателе уже было не вытравить: желание изучать системы и разрабатывать алгоритмы было привнесено в гуманитарную область. Результатом стала научная работа по двойной специальности («философия науки и техники» и «социальная философия»).

Задолго до этого я уже вступил в ряды граждан «информационного общества», начав с журналистики (от обозревателя техники в серии изданий и внештатного автора нескольких журналов до главного редактора корпоративного издания) и продолжив переходом на «другую сторону баррикад» – на должность пресс-секретаря и PR-менеджера в крупное риэлторское агентство. Одним словом, я был уже без малого 10 лет самым что ни на есть «информационным работником». И на каждой из этих позиций я постоянно ощущал нехватку в современном мире эффективных технологий работы с информацией, то есть такого набора средств, который можно было бы назвать «инструментарием для успешного существования в информационном обществе». Конечно, каждый «информационный работник» вырабатывает такие технологии сам для себя, когда встает вопрос его выживания или профессионального развития. Но универсальных знаний, которые можно было бы получать и передавать другим «информационным труженикам», не наблюдалось.

Во время работы обозревателем техники в журнале-каталоге продукции я и другие авторы готовили многочисленные обзорно-аналитические статьи. Причем чаще всего несколько сразу: например, иногда приходилось параллельно писать материалы про пассатижи и про мультимедиа-проекторы. Любопытно, но основные вехи любой состоявшейся статьи, как правило, совпадали, как бы ни старался автор быть индивидуальным в подаче материала и какой разной ни была бы тематика. Структура была продиктована не столько форматом издания, сколько логикой подачи материала.

Позднее я много раз беседовал на эту тему с другими представителями из мира журналистики (в том числе и с учащимися журфака МГУ). Я узнал много полезных сведений про жанры и сценарии статей, но никто не был готов привести пример предмета, абстрагирующегося от журналистики, где бы преподавалась методология структурирования информации. Возможно, это логика, но она не дает ответа на многие практические вопросы. Возможно, это некоторые разделы философии, но и они не закрывают многих тем. В итоге «информационный работник» оказывается в подвешенном состоянии. Или он индивидуально осваивает разрозненные знания и, систематизируя их, вырабатывает специфические навыки, или останавливается на начальной стадии профессионального развития...

Поиски такого универсального инструментария для информационной работы и четкая постановка указанной проблемы определили тему написанной и защищенной диссертации «Информационные практики в современном обществе». В нее вошло и описание нынешнего

исторического момента, и изучение эволюции информационной среды, и изучение уникальных практических наработок в информационной отрасли.

Я, конечно же, предполагал, что работа заинтересует коллег по цеху – журналистов, редакторов, пресс-секретарей, аналитиков; интерес был вполне предсказуем – тема-то «своя», родная, наболевшая. Отчасти предсказуемым было и их нежелание получать практическую информацию под «философским соусом». В общем, я оказался меж двух огней: научное сообщество часто критиковало меня на излишнюю конкретику исследования и перевес в сторону практических решений, а друзья-практики отказывались тратить время и переводить текст с научного языка на «человеческий». Несколько неожиданным стал интерес к диссертации более широкого круга людей, чем журналисты и пресс-секретари, практически все мои знакомые откликнулись с живым интересом на небольшой рассказ о теме работы.

В итоге я решил, что раз уж перед научным миром мои обязательства отчасти выполнены (диссертация защищена и признана Высшей аттестационной комиссией), то пора удовлетворить и интересы практиков – моих товарищей, жителей информационного общества. А потому в этой книге сознательно сделан акцент на практицизме и прагматизме. Хотя научный «хвост» работы, конечно, уже «не вырубишь топором». Впрочем, такой цели и не стояло.

Получившийся продукт, который вы держите в руках, – ответ на «социальный заказ», выраженный следующими словами: «Написать популярную книгу на тему эффективности информационной работы, ориентированную на практиков и на широкую читательскую аудиторию».

## **Благодарности. Если бы не вы...**

Вся моя работа в этой теме началась со знакомства с моим будущим научным руководителем – Надеждой Гегамовной Багдасарьян. Она открыла для меня двери научного мира, объяснила законы, по которым этот мир живет, и сделала возможным путешествие по этой ранее неизведанной земле. Я хочу выразить искреннюю благодарность своему научному руководителю и учителю.

Кроме того, я хочу поблагодарить Юрия Сергеевича Гузева – автора уникального метода объектно-документального анализа (МОДА) и идеи НОПС-форматирования при структурировании информационных сообщений. Этот человек придал мне такой импульс, что у меня практически не осталось возможности не войти в уже открытые двери научного мира. Благодаря его уникальной методике не только обрела целостность моя формировавшаяся в тот момент научная работа, но и сам я, как информационный работник, значительно повысил свою ценность. К слову, описывая в своей диссертации эту методику (технология МОДА), я применил ее (методику) в работе и продемонстрировал в действии. Использовал я ее и при подготовке этой книги. Я уверен, что технология будет по достоинству оценена членами «информационного общества», и данной книгой стараюсь ускорить это признание.

Слова благодарности я произношу и в адрес всех друзей, поддержавших меня в процессе рождения данной книги. Все они были готовы в любой момент вступить в конструктивный спор, высказать свое мнение, вдохновить или покритиковать, подкорректировав течение мысли. В число этих людей входят и сотрудники родной кафедры, обеспечившие моей научной работе должный теоретический базис, и коллеги по журналистскому цеху, не дававшие витать в эмпиреях и требовавшие от всех знаний практичности и функциональности, и близкие люди, всегда готовые побывать в роли фокус-группы для обкатки идей.

Я с искренней благодарностью обращаюсь ко всем своим согражданам по информационному обществу. Уверенность в том, что нас много и что за нами будущее, дала мне силы и смелость, необходимые для написания этой книги.

# Часть I

## Информационное общество

### Глава 1

#### Концепция информационного общества

##### 1.1. История возникновения понятия. Кто это выдумал?

*Ни одна большая страна никогда не обходилась и не могла обойтись без того, чтобы в ней чего-либо не производилось.*

*Адам Смит*

*Точно так же, как во времена Смита центр тяжести экономики стал смещаться от сельского хозяйства к промышленности, сегодня он смещается от промышленности к информации.*

*Т. Стоуньер*

По большому счету, этих двух цитат вполне хватило бы для описания нынешнего понимания «информационного общества» теоретиками. Можно было бы поставить точку и переходить к следующему разделу. Но давайте все-таки и мы внесем свою скромную лепту в модный дискурс. С тех пор как в середине прошлого века американские провидцы-социологи (футурологи) заговорили о грядущем наступлении века информации, на эту тему не высказались только ленивцы.

Существует юмористическая классификация, согласно которой любое знание можно разделить на три уровня – «топ», «поп» и «гоп».

На первом уровне «топ» (от англ. top – верхний) разрабатывают серьезные научные теории, излагаемые на «птичьем языке», понятном только членам узкого круга высокообразованных мужей.

На втором «поп» – уровне (от англ. pop/popular/ – популярный, поп-музыка, поп-культура и т. д.) научные теории становятся доступными широким массам, так как люди, которые «в теме», рассказывают их на языке, понятном человеку, не обладающему специальной подготовкой. Так абстрактные идеи лишаются научного потенциала, но обретают практицизм и функциональность, ценные для рядового гражданина.

Третий уровень «гоп» (точная этимология слова овеяна туманом, но, очевидно, восходит к криминальному жаргону; в современных субкультурах понятием «гоп-стоп» обозначено желание агрессивной группы отнять деньги у незащитной стороны) – это уровень, на котором обладатель знания (не всегда нового и актуального) стремится конвертировать его в дензнаки по максимально возможному курсу; маркетинг и производство товара здесь меняются местами, и реальной ценностью продукта никто уже не озабочен: лишь бы покупали.

Вопрос. К какому уровню относится книга, которую вы сейчас держите в руках? Подсказка во введении. Из описания истории создания книги очевидно,

что авторской задачей было перевести знания из сегмента «топ» в область «поп».

Страшная тайна научного мира состоит в том, что одна из наиболее модных тем современной социологии родилась не на уровне «топ», как положено научному знанию, а на уровне массовой культуры, то есть на самом что ни на есть популярном уровне. Все исследования этого понятия так или иначе упоминают человека, благодаря которому «все закрутилось», канадского публициста Маршала Маклюэна (Herbert Marshall McLuhan, 1911–1980). Его главная книга *Understanding Media: The Extensions of Man* (на русский язык название часто переводят как «Понимание средств коммуникации») стала популярной уже в 1966 г. Тремя годами позже была впервые установлена связь двух сетевых устройств, еще позже заработала первая военная сеть ARPANET (Advanced Research Project Agency Network – сеть агентства перспективных исследовательских проектов). Она была создана для тестирования новых коммуникационных технологий и связывала первоначально четыре университета США. Тогда никто еще не предполагал, что эта идея всего за два десятилетия приведет к созданию глобальной мировой компьютерной сети Интернет.

Не вызывает сомнений провидческий дар Маклюэна. Ведь ни о каком Интернете тогда еще и речи не могло быть, а канадский публицист уже придумывал и запускал в массы понятия «глобальная деревня» и «Гутенбергова галактика», а также рассматривал как средство коммуникации любой предмет от телевизора до часов.

Ряд серьезных ученых с безупречной научной репутацией в течение второй половины XX в. перевели новые знания на «топовый» информационный уровень, а Маклюэна сделали персоной нон грата в серьезных научных книгах. Отдадим ему должное, как одному из самых пламенных революционеров «информационного века». Но нужно развеять миф о том, что он был первопроходцем в этой теме. Если не брать в расчет звучные словосочетания (авторство которых бесспорно), а проследить за развитием идеи, то ее существование в научных кругах можно заметить уже в то время, когда Маклюэн еще не получил начального образования. С патриотической гордостью («А также в области балета мы впереди планеты всей!») прочитаем строки из книги российского ученого В. И. Вернадского «Научная мысль как планетарное явление», вышедшей в 1920-х гг.: «Эволюция видов переходит в эволюцию биосферы. Эволюционный процесс получает при этом особое геологическое значение благодаря тому, что он создал новую геологическую силу – научную мысль социального человечества». По сути, автор заявляет о наступлении нового периода планетарного развития. Более всего В. И. Вернадский известен тем, что ввел понятие «ноосферы» – общепланетарного пространства идей человечества. Так что «наш ответ Маклюэну» прозвучал еще за 40 лет до постановки вопроса.

Но не столь важно, кто первый громко сказал «информационное общество», сколь значим тот факт, что в самом расцвете индустриальной эпохи человечество осознало, что на него уже надвигается следующая «волна» эволюционного развития.

## **1.2. Учение о стадиях общественного развития. «Третья волна» или «девятый вал»?**

Свято место пусто не бывает – с уходом Маклюэна его место на научно-популярных баррикадах занял следующий провозвестник информационной революции – американец Элвин Тоффлер (Alvin Toffler, родился в 1928 г.). Начинал он журналистом и публицистом, но, выпустив книги «Шок будущего» (1970) и «Третья волна» (1980), ворвался в социологический мир и прочно занял в нем свое место.

Третьей волной Тоффлер предложил называть новый цивилизационный виток развития, который мы сейчас называем «информационным обществом». Но в 1980-х гг. это словосочетание только входило в обиход, и проповедуемые Тоффлером идеи во многом помогли его

становлению. Тоффлер показал, что «информационное общество» не из воздуха кристаллизовалось, и что его обитатели вовсе не «Иваны, родства не помнящие», что они, напротив, – достойные продолжатели эволюции макросоциума, и что их волна уже третья в «послужном списке» человечества.

Оценить первые две волны труда не составило – их назвали «аграрной» (или «сельскохозяйственной») и «индустриальной». Название эти волны получили по преобладанию той или иной деятельности в общечеловеческой активности, или по отрасли экономики, на которую возложена роль цивилизационного локомотива. Так, в «индустриальном» обществе люди по-прежнему выращивают пшеницу и едят хлеб, и даже в больших объемах, чем в на предшествующем «сельскохозяйственном» этапе, но обеспечен этот процесс индустриальными достижениями, и дальнейшие инвестиции наиболее активно поступают именно в индустрию, как в ведущую отрасль.

Дать название третьей волне, приход которой становился все более очевидным, ученые долго не решались. Но обозначить ее все-таки было необходимо, и они приняли простое решение – называть ее «постиндустриальной». Много копий сломано с тех пор на тему порядкового номера волн, накрывших человечество. Кто-то считает, что между индустриальной экономикой и экономикой информации была еще «экономика услуг». Для нас важнее результат – какой бы по счету ни пришла нынешняя волна, сегодня уже почти все ученые соглашаются использовать термины «современное общество» и «информационное общество» практически как синонимы.

Нынешний этап, действительно, очень ответственен для дальнейшего развития человечества, а текущий момент определенно относится к тем, которые называют «переломными». Но журналистская «наследственность» поставленных Маклюэном и Тоффлером вопросов задает и своеобразную форму подачи темы. Иначе как «беспрецедентными» и «небывальными» события нынешних дней уже никто (даже в среде ученых) не называет. На страницах этой книги я тоже обозначаю острые вопросы информационного общества как «жизненно важные», как «вопросы жизни и смерти» и т. д. и т. п. Что поделаешь, они (вопросы) действительно чрезвычайно актуальны, а тема своя, родная, и подходить к ней без некоторой эмоциональности непросто. Чтобы искупить свою вину за вклад во всеобщую истерию, приведу здесь лишь некоторые уравновешивающие доводы.

Не только ученые-теоретики, но и профессионалы-практики пытаются призвать мыслящее сообщество к трезвости, когда оно (сообщество) заявляет о «величайшей в истории информационной революции». Известнейший специалист – гуру в области теории и практики менеджмента – Питер Ф. Друкер, казалось бы, имеет даже больше, чем другие, прав на эмоциональность. Ведь в своей известнейшей книге «Задачи менеджмента в XXI веке» он на каждой странице утверждает, что задачи практических специалистов коренным образом менялись с приходом нового века – века информации. Тем не менее целую главу книги он отводит на то, чтобы развенчать некоторые мифы. «Нынешняя информационная революция, – говорит Друкер, – далеко не первая, до нее человечество пережило уже как минимум три сопоставимых по масштабу коренных социальных трансформации, вызванных преобразованием информационных технологий. Первая была вызвана появлением письменности, вторая – становлением первых удобных носителей информации – книг, третья – изобретением Гутенбергом печатного станка. Наша – компьютерная – информационная революция всего лишь четвертая в этом масштабном ряду». По словам Друкера, подтвержденным числовыми выкладками, воздействие предыдущих было не менее впечатляющим.

Команда печатников изготовляла ежегодно как минимум пять миллионов печатных страниц, из которых получалось примерно 25 тысяч готовых к продаже книг, или 250 тысяч страниц на одного члена бригады печатников. Сравните с 12–13 сотнями рукописных страниц, которые за год

был способен создать переписчик. Цены на книги снизились в десятки и даже в сотни раз. В конце первой половины XV века – накануне изобретения Гутенберга – книга была предметом роскоши. Купить книгу мог только состоятельный и образованный человек. А когда в 1522 г. вышла печатная Немецкая библия Мартина Лютера (объемом свыше тысячи страниц), то цена была уже столь низка, что ее приобретали даже беднейшие крестьянские семьи. Снижение себестоимости и цен в результате третьей информационной революции имело такие же масштабы, как и сегодня – во время революции четвертой. Сопоставимы также скорость и масштабы ее распространения.

*П. Друкер, «Задачи менеджмента в XXI веке»*

Благодатное дело – считать волны и революции, а также вводить звучные словосочетания – «Гутенбергова галактика», «глобальная деревня» и т. п. Во мне – скромном наследнике научных заветов Тоффлера и Маклюэна – тоже рвется на волю журналист. Не удержусь и предложу свою метафору.

Сегодня на человечество надвигается «девятый информационный вал»...

Представили картину Айвазовского? Тогда я продолжаю свой футурологический алармистский прогноз. «Алармизм» (от англ. alarm – тревога) – модное нынче слово, социологи-футурологи придумали его специально, чтобы пугать население земли страшными предсказаниями, которые они называют «алармистскими».

И этот «девятый информационный вал» грозит смыть с лица Земли человечество в его прежнем виде!

Увы, проверив словосочетание «девятый информационный вал» по информационно-поисковым системам, я получил 200 ссылок на страницы, где оно уже используется, – от деловых форумов до учебников по современному киноискусству. «Все украдено до нас»: метафора действительно лежит на поверхности. И если вы думаете, что она приходит на ум только журналистам и современным киноведам, то послушайте, что говорит на обсуждаемую тему руководитель Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) Юрий Арский.

На Земле может случиться новый Всемирный потоп – теперь информационный. Нужно вовремя услышать его приближающиеся шаги и подготовиться к его приходу, то есть уже сегодня начать строительство информационного «Ноева ковчега».

Перефразируем уважаемого академика, чуть подсократив мысль: «мировой информационный поток» вот-вот превратится в «мировой информационный потоп». Спасайся, кто может! На этой ноте обычно и заканчивается большинство научных и ненаучных работ по современной проблематике информационного общества. Все цифры и факты используются, как правило, лишь для того, чтобы продемонстрировать масштаб надвигающейся катастрофы и, экстраполировав оценки, построить ужасающие прогнозы. На один из двух базовых вопросов «Кто виноват?» – большинство таких исследований отвечает в полной мере. Вопрос «Что делать?» чаще всего остается без ответа. Помните классическую шутку «О том, как приземлить самолет, читайте в следующем номере.»? «Следующего номера» обычно не дождаться.

На страницах этой книги вас, дорогой читатель, будут больше обнадеживать, чем пугать, а вопросов будет меньше, чем вариантов их решения. Каждая теоретическая идея будет приводиться как содержащая ростки практических решений. Но пока мы должны отдать дань традиции и очертить поле, на котором развернутся сражения за информационную свободу.

Видимо, мотив библейской катастрофы архетипичен для современного массового сознания, раз почти любая «страшилка» обретает в нем (в сознании) «водную» аранжировку. Никто почему-то не кричит: «Караул, информационный пожар!».

Продолжим и мы «мокрые» метафоры. Вспомним, насколько ограниченным было количество мест на ковчеге у Ноя. А сколько квадратных метров (или терабайт<sup>1</sup>?) будет на нынешнем – информационном – плавсредстве?

Есть идея получше – «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих». Как вы знаете, сегодня в морях встречаются не только субмарины, но и смелые дайверы. Эта книга адресована им в первую очередь.

Хотелось предложить гордую метафору «информационный дайвер», но и здесь «все поделено до нас» – сразу же вспомнился фантастический роман Сергея Лукьяненко «Фальшивые зеркала. Прозрачные витражи», где рассказывается и о «глубине», и о «дайверах», ныряющих в эту «глубину». Пожалуй, жителям информационного века стоит познакомиться с этим произведением – еще на несколько лет оно сохранит актуальность, а потом, возможно, повторит судьбу произведений Жюль Верна, в которых автор пытался предсказать, какими же будут субмарины и аэростаты будущего. Задумаемся, прошел всего век, а на смену фантастам индустриальной эпохи (подводные лодки и самолеты) уже пришли фантасты информационного века (компьютеры и сети, реальность и виртуальность).

Итак, завершив (через несколько разделов) непродолжительную теоретическую подготовку, мы совершим полное «погружение» в тему и будем искать способы построения «индивидуальных спасательных средств» для выживания в «бурном море информации». Или даже средств, благодаря которым можно оседлать информационную волну и совершать захватывающие путешествия с ветерком.

### **1.3. Попытки обоснования концепции. А ты докажи!**

*Трудно видеть, легко показать.  
Из юмора университетских лекторов*

Спор «физиков» и «лириков» – традиция давняя. Отчетливо прослеживается она и в дебатах на тему «информационного общества». Регулярно возникает на сцене «физик-естественник», раздраженный пространными умозаключениями на тему «будущее наступило» и набрасывающийся на «лирика-гуманитария» с предельно конкретным вопросом: «Чем докажешь?». Обычно после этого следует гордая обида обвиняемого и пространные рассуждения о том, что гуманитаристика в отличие от точных наук работает с абстрактными понятиями, а не с точными оценками. Следуют примеры о различии подходов в математической логике и социальной философии. В приложении к нашей теме все эти робкие попытки защиты говорят лишь о том, что научный мир, по большому счету, еще не научился оперировать современными статистическими данными, которых накоплено предостаточно. Это вовсе не означает, что некому защитить идею. Просто «физик» обращается за цифрами не по адресу. А вот где его снабдят и цифрами, и фактами, так это на передовой информационной революции – в бизнес-сообществе. О новых реалиях любителю точных наук четко и конкретно расскажут предприниматели и топ-менеджеры, чей доход напрямую зависит от того, насколько остро эти

---

<sup>1</sup> Терабайт (Тбайт, Тб) м., скл. – единица измерения количества информации, равная (2<sup>40</sup>) стандартным (8-битным) байтам или 1024 Гбайтам. Применяется для указания объема памяти в различных электронных устройствах. Название «терабайт» общепринято, но неверно, так как приставка *тера-* означает умножение на 1 000 000 000 000. Правильной для 2<sup>40</sup> является двоичная приставка *теби-*. См. в «Свободной энциклопедии «Википедия»» (<http://ru.wikipedia.org>) статью «Двоичные приставки». – *Примеч. ред.*

люди чувствуют дух времени (забегая вперед, скажу, что мы еще поговорим о конкурентных преимуществах, создаваемых за счет информационного превосходства). Скажем спасибо этим комиссарам информационной революции, пока еще не скрывающим от нас следующее.

1. Строительство дата-центров сегодня становится рентабельным бизнесом. Крупные компании тратят миллионы, чтобы построить просторные помещения, разместить в них серверы и создать себе запас прочности и информационной независимости. Фирмы, у которых нет сумм, начинающихся от 100 млн руб., на строительство дата-центра, будут (и уже) вынуждены покупать «информационные мощности» у специализированных игроков этого рынка. Не удивляйтесь, если через несколько лет по аналогии с РАО ЕЭС (Российское акционерное общество Единые энергетические системы – российский пример флагмана «индустриальной эпохи») появится РАО ЕИС (Единые информационные системы) и пользователи (сначала крупные промышленники, а потом и частники) будут оплачивать хостинг (пространство на серверах) и трафик (объем информационного обмена с Сетью) по счетам, как сейчас происходит оплата киловатт-часов. Фактически это уже происходит на локальном уровне: большинство провайдеров принимают оплату услуг за трафик (пусть вас не смущают безлимитные тарифы – они все равно рассчитаны на основе прогнозного максимального объема потребления абонента). Остается лишь ждать превращения технологии в «инфраструктурную» путем ее дальнейшей стандартизации (для понимания сути процесса ознакомьтесь с книгой А. Карра «Блеск и нищета информационных технологий»). Этот прогноз можно считать среднесрочным – у нас есть несколько лет, чтобы посмотреть, как именно он будет воплощаться в жизнь.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.